



Nel turismo enogastronomico sempre più¹ richiesto il product manager

Descrizione

(Adnkronos) → L'Italia è fra le mete enogastronomiche più apprezzate al mondo, attirando ogni anno visitatori italiani e stranieri alla ricerca di esperienze legate al gusto. Il comparto ha assunto negli anni un peso crescente, tanto che si stima contribuisca per oltre 40 miliardi di euro all'economia nazionale → di cui 9,2 diretti, 17,2 indiretti e 13,7 di indotto → con un rapporto benefici/costi pari a 6,9. Il turismo enogastronomico garantisce inoltre 114 mila posti di lavoro a tempo pieno, confermandosi una leva strategica economica e occupazionale. Le prospettive sono ancora più incoraggianti. Secondo la European Travel Commission, le esperienze legate al cibo e al vino risultano seconde solo alle attività culturali (35% contro 43%) nelle preferenze dei viaggiatori dall'oltreoceano che hanno visitato l'Europa nell'estate 2025. Anche i turisti europei mostrano un interesse crescente: durante l'ultima stagione invernale, il 15,3% → pari a circa 20,6 milioni di persone → ha dichiarato l'intenzione di partecipare a questo tipo di attività, a prescindere dalla tipologia di viaggio.

La rilevanza del settore e il trend positivo aprono nuove opportunità di sviluppo, soprattutto per le aree rurali e interne. Perché questo potenziale possa davvero esplodere → necessario puntare su figure professionali specializzate, capaci di guidare lo sviluppo dell'offerta turistica enogastronomica in chiave integrata. → qui che entra in gioco una professione emergente: il Product Manager per il turismo enogastronomico. Una regia strategica in grado di trasformare l'enogastronomia italiana da eccellenza produttiva a vera destinazione turistica di valore. → Il turismo enogastronomico ha bisogno di professionisti capaci di pianificare strategie territoriali e costruire prodotti integrati. Il riconoscimento del Product Manager → essenziale per dare solidità e futuro al settore. Figura complessa, già presente in Italia, con competenze specifiche che abbiamo delineato attraverso il Libro Bianco sulle professioni del turismo enogastronomico italiano → spiega Roberta Garibaldi, presidente di Aite-Associazione Italiana Turismo Enogastronomico e docente all'Università di Bergamo.

Il Product Manager per il turismo enogastronomico → la figura incaricata di definire, gestire e supervisionare le strategie di sviluppo, promozione e commercializzazione dei prodotti turistici del gusto. Non si limita a mettere in rete esperienze e operatori, ma adotta un approccio di destination stewardship, orientato alla creazione di valore diffuso sul territorio. Compiti e responsabilità spaziano dall'analisi delle risorse territoriali alla costruzione di prodotti integrati, da azioni di supporto alle reti

territoriali di stakeholders alla definizione di standard qualitativi per garantire esperienze sostenibili e accessibili. Un ruolo cruciale è legato alla transizione digitale, che comprende l'utilizzo di sistemi di Intelligenza Artificiale per affrontare la rivoluzione attesa della customer experience.

Il Product Manager lavora a stretto contatto con enti pubblici e privati, dalle Strade del Vino, dell'olio e dei Sapori alle Destination Management Organization, dai consorzi ai distretti del cibo. È inoltre un facilitatore nella valorizzazione dei finanziamenti e nella costruzione di partnership istituzionali, trasformando risorse spesso frammentate in un'offerta turistica organica e competitiva. Esperienze concrete, sul territorio, mostrano come questa professione stia già contribuendo alla trasformazione di diversi territori italiani. Rappresentativa è la testimonianza di Stefania Clemente, responsabile delle esperienze per Trentino Marketing: «Siamo partiti da un problema: il turista faticava a prenotare le esperienze in cantina. Il sistema era disorganico, le informazioni frammentate. Abbiamo quindi costruito una piattaforma digitale che permettesse alle aziende vitivinicole di caricare le proprie esperienze e gestire in autonomia la prenotazione, integrandola con l'ecosistema di Visit Trentino».

Spostandosi in Toscana, per Bruna Caira, direttrice di Valdichiana Living, il Product Manager è il cuore della trasformazione territoriale in chiave turistica. «Il mio ruolo è quello di tradurre l'identità del territorio della Valdichiana in un'esperienza concreta, costruendo prodotti turistici che siano sostenibili, competitivi e autentici. La nascita di Valdichiana Living ha consentito di collegare promozione e commercializzazione, rendendo il sistema più forte», afferma Caira, che sottolinea anche la necessità di un aggiornamento normativo: «La legge sulle Strade del Vino risale al 1999 e non riflette più la complessità odierna nella evoluzione della domanda turistica».

In Emilia-Romagna, dal 2017, Igino Morini, responsabile della promozione territoriale e turistica del Consorzio del Parmigiano Reggiano, si occupa dello sviluppo del progetto di accoglienza dei caseifici aderenti. «I caseifici hanno aperto le loro porte già dagli anni Settanta», racconta Morini, «ma il target è profondamente cambiato: oggi si rivolge al turista e non solo a scuole o giornalisti. L'obiettivo è aiutare le imprese a gestire questa opportunità con sempre maggiore autonomia, rendendo l'accoglienza un asset imprenditoriale». Oggi circa 40 caseifici aprono le porte al pubblico, anche grazie a iniziative come «Caseifici Aperti», che hanno consolidato il legame diretto tra turista e produttore. «Il Parmigiano Reggiano è sottolineato a porta con sì il volto e lo sguardo del caseificio visitato: il legame emotivo che nasce durante la visita si traduce spesso in un rapporto commerciale destinato a durare nel tempo».

â??

lavoro/made-in-italy

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Lavoro

Tag

1. lav

Data di creazione

Settembre 19, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8

default watermark